



CENTRAL ASIAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HISTORY

Journal homepage: <https://cajssh.centralasianstudies.org>



Оценка Влияния Синергии На Туризм На Территории Республики Узбекистан

Хаитов Охунжон Намоз угли, Ибрагимова Нилуфар Зиядуллаевна
СамГУ Каттакурганский филиал кафедра «Управление бизнесом» ассистент

Тухтамуротов Адхамжон Ахатжон угли
СамГУ Каттакурганский филиал студент по специальности «Управление бизнесом»

Аннотация:

Вопросы оценки синергетических эффектов в сфере туризма в Узбекистане в настоящее время находятся лишь в начальной стадии обсуждения. Исследование научных источников, посвященных синергии особенно в этой сфере показало, что еще не существует оптимальной методики оценки синергетической эффективности от внутренней и горизонтальной интеграции в туристской дестинации. Анализ представленных методик позволяет констатировать: в большинстве своем они ориентированы на исчисление сугубо экономического (количественного) синергетического эффекта и экономической эффективности. В статье автор предлагает методы расчета синергетического эффекта на основе коэффициента социальной и экономической эффективности, что отличается от разработанных методик использованием программирования, что облегчает расчет эффекта от синергии.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 18-Oct-22

Received in revised form 19-Nov-22

Accepted 18-Dec-22

Available online 27-Jan-2023

Ключевые слова: Синергия, синергетический эффект, вертикальная, горизонтальная интеграция, социальная эффективность, экономическая эффективность, туристский кластер.

Актуальность темы исследования. В непредсказуемых условиях постковидной экономики компании испытывают острую необходимость поиска и реализации конкурентных преимуществ, различных направлений и способов повышения эффективной работы, что определило целесообразность возникновения широкого спектра синергетических эффектов, грамотное раскрытие и управление которыми позволит качественно повысить и эффективность деятельности организации в целом. Так, ряд организаций, предприятий нашли выход в диверсификации своей деятельности, в то время как другие нашли решение «проблемы» через

слияние и поглощение, а также грамотное использование эффекта масштаба на основе стратегических единиц бизнеса. Это в свою очередь определяет актуальную необходимость использования синергетических процессов, эффектов для развития и эффективности деятельности организаций, а соответственно, и развития экономики в целом.

Термин синергия греческого происхождения и состоит из двух составных частей – «syn» – «вместе», «ergeia» – «труд» и представляет собой особый эффект, достигаемый за счет взаимодействия группы факторов. Синергия в экономике раскрывается как возрастание эффективности деятельности в результате сочетания, соединения, интеграции, слияния отдельных частей в единую систему за счет так называемого системного эффекта или эмерджентности, то есть возникновения новых качеств полученной системы*.

В современной деловой практике синергия, синергизм рассматривается как совместное, взаимодополняющее и взаимозависимое действие двух или более факторов в каком-либо одном направлении. При этом актуальность на современном этапе синергетики определяется особым состоянием достаточно сложных систем в условиях нестабильности, в области неустойчивого положения, равновесия, а соответственно, и динамику их самоорганизации.

Другими словами, синергию можно определить как своего рода кооперацию, взаимосвязанные и координированные действия, которые способны проявляться в форме стратегического партнерства, взаимовыгодного сотрудничества, слияния и кооперативного взаимодействия.

Степень изученности темы исследования. Ведущие специалисты в области стратегического управления Дэвид А. Аакер и Джерри Джонсон определили сущность «синергии» – целое становится больше суммы частей, то есть взаимодействие двух и более стратегических единиц бизнеса компании в сумме дает больше, чем деятельность каждой из них в отдельности. При этом возникающая синергия способна увеличить не только ценность продукта или услуги для потребителя, но и объем продаж в целом, а также способствовать существенному снижению производственных затрат в организации.

Термин синергетика впервые был растолкован в “Большом экономическом словаре”²², подготовленный коллективом под руководством А.Н.Азрилияна в 1999 году. В этом издании не дано определение самой “синергетики”, рассмотрено понятие “синергии как результат достижения высокой эффективности за счет объединения компаний по сравнению с прежним разрозненным состоянием. В издании 2007 года уже дается определение “синергетическому эффекту”[†]. Согласно этому словарю синергетический эффект – это повышение эффективности работы под влиянием эффекта от интеграции отдельных частей в единую систему.

Синергетический эффект является универсальной категорией, которая включает ряд ключевых аспектов, одним из которых является экономический, и определяет превышение результатов (суммарных результатов) коллективного действия элементов экономической системы над

* Рубцова Н. В. Методические аспекты оценки эффективности сетевого взаимодействия в сфере туристско-рекреационных услуг региона // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2020. – Т. 22, № 1. – С. 68–82. – DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2020.1.7> ²²Большой экономический словарь. – М.: Институт новой экономики, 1999, 906 с.

† Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007, 581с.

суммой их индивидуальных действий[‡]. Все целевые синергетические эффекты можно описать тремя переменными – увеличение прибыли, снижение текущих расходов и снижение потребности в инвестициях.

Важно отметить, что синергизм в современных условиях может возникать как по вертикали, так и по горизонтали. При этом эффект синергии как положительный, так и отрицательный может возникнуть в результате взаимодействия всех составных элементов и факторов организации.

Соответственно, можно сказать, что синергизм – это умение грамотно использовать в процессе управления стратегический потенциал организации, элементы и факторы, которые способствуют производству новых товаров и услуг, выходу и завоеванию новых рынков, качественному и эффективному достижению стратегии развития организации – это умение оценивать совместные эффекты.

Необходимо отметить, что выявить результат, возможный результат как положительный, так и отрицательный и, соответственно, определить его количественно в единицах достаточно трудно, так как сегодня нет определенной научной методики его выявления и измерения. Важно отметить, что о законе синергии и его действии должны знать не только управленцы, аппарат управления, но и сотрудники организации, так как это может способствовать достижению максимальных результатов.

На современном этапе развития в современной экономике проявляются многочисленные синергетические свойства. Так, Э. Кемпбелл[§] утверждает, что преимущество синергии возникает в том случае, если виды деятельности или процесс дополняют друг друга таким образом, что совокупный эффект превышает простую сумму составных частей.

Необходимо отметить, что сегодня руководители не всегда могут получить желаемый эффект синергии, так как не могут объективно оценить ситуацию и четко рассчитать реальный эффект от проведения различных мероприятий, принятия конкретного управленческого решения. Важно учитывать возможные риски, как со стороны внешней среды, так и источники возможных рисков внутри самой организации, которые соответственно могут препятствовать эффективному процессу реализации управленческих решений. Так, Майкл Портер^{**} отмечает: «причиной фиаско синергизма является неспособность компаний понять его сущность и воплотить ее в реальность, а отнюдь не изъяны самой концепции». Как известно, доходный подход к управлению организацией является наиболее подходящей и действенной процедурой для качественной оценки эффекта синергии. Соответственно, при оценке с этой позиции во главу угла ставится прежде всего доход, как один из основных факторов, который определяет

[‡] Абдокова Л.З. Синергетический эффект как результат эффективного управления // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-3. – С. 581-584;

URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40899> (дата обращения: 05.01.2022).

[§] Кемпбелл Э. Саммерс Лачс К. Стратегический синергизм. СПб.: Питер, 2004. - 416 с. ISBN 5- 94723-127-1

^{**} Портер, М. Конкурентная стратегия : Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. И. Минервина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 464 с.

величину синергетического эффекта. В этой связи, чем больше доход, который приносит объект оценки, тем лучше взаимодействуют между собой части организации при прочих равных условиях. При этом важное значение имеет и продолжительность периода получения потенциального дохода, степень и вид рисков, которые сопровождают этот процесс. Специалист, оценщик, внимательно изучает соответствующую рыночную информацию, после чего пересчитывает эти выгоды в единую сумму текущей стоимости. Отечественные ученые М.К.Пардаев, О.М.Пардаев, А.Холикулов и С.Бобоназарова^{††} в своем учебном пособии дали следующее определение синергия – это объединение, интегрирующее ряд сил, образовавшихся в результате слияния хозяйствующих субъектов, с целью достижения более высокой эффективности, чем в предыдущем рассредоточенном состоянии.

Следовательно, эффект синергии – это не только благоприятное сочетание ресурсов, но и согласованное поведение, связи, отношения; одним словом, весь набор параметров, характеризующих сложную развивающуюся систему. Для каждой организации важно оценивать синергетический эффект при каких-либо изменениях, которые могут касаться различных областей и могут происходить достаточно часто. Ведь синергизм позволяет организации существенно сократить издержки на управление, ускорить процесс внедрения инноваций, оптимизировать загрузку производственного оборудования, увеличить объем продаж. Кроме улучшения финансовых показателей деятельности организации синергетический эффект может способствовать улучшению климата, росту производительности труда. Важно, чтобы кроме менеджеров высшего звена к поиску возможного положительного эффекта синергии подключались также менеджеры среднего и нижнего звеньев, а также сами работники.

Таким образом, роль синергии как инструмента в повышении эффективности деятельности организации в современных условиях существенно растет сегодня, так как она способна четко раскрыть механизм взаимодействия ключевых элементов и факторов организации, который в свою очередь способен привести к эффективному функционированию и эффективному развитию сложных различных экономических систем. При этом использование синергетических процессов отражает широкий спектр возможностей для повышения эффективности деятельности в направлении развития российской экономики в целом.

Вопросы оценки синергетических эффектов в сфере туризма в Узбекистане в настоящее время находятся лишь в начальной стадии обсуждения. Исследование научных источников, посвященных синергии особенно в этой сфере показало, что еще не существует оптимальной методики оценки синергетической эффективности от внутренней и горизонтальной интеграции в туристской дестинации. Анализ представленных методик позволяет констатировать: в большинстве своем они ориентированы на исчисление сугубо экономического (количественного) синергетического эффекта и экономической эффективности. Также представленные методики имеют существенные ограничения в аспекте их практического использования, что, в частности, затрудняет применение разработанного в их рамках инструментария, в том числе применительно к сфере туристско-рекреационных услуг региона.

^{††} Пардаев М.К., Пардаев О.М., Холикулов А.Н. Бабаназарова С.А. Рақобатбардошликни мустаҳкамлашда кластер ва синергетик самарадорлик таҳлили. Ўқув қўлланма. – Самарқанд СамИСИ, 2021. – 196 бет.

Одной из немногочисленных попыток разработки специализированной методики оценки синергетического эффекта межорганизационной сети (кластера) применительно к сфере туристско-рекреационных услуг можно назвать работу А.А. Гармидер^{††}. Согласно подходу, представленному Гармидером, синергетический эффект сетевого взаимодействия в туристско-рекреационной сфере оценивается по следующей формуле:

$$I_{сэ} = \sqrt[3]{I_{ЭК} * I_{экол} * I_{соц}}$$

где $I_{сэ}$ – обобщающий интегральный коэффициент синергетического эффекта; $I_{ЭК}$, $I_{экол}$, $I_{соц}$ – интегральные коэффициенты характеризующие синергетические эффекты в экономической, экологической и социальной сферах дестинации.

Интегральные коэффициенты синергетических экономического, экологического и социального эффектов вычисляются аналогичным способом – при помощи извлечения кубического корня из трех показателей. При этом исходными данными для расчета экономического синергетического эффекта выступают Эд.п., Эн.п., Эи.чк. – эффекты прироста денежных потоков, налоговых платежей, инвестирования в человеческий капитал соответственно; экологического – Эс.в., Эс.п.о., Эс.з.р. – эффекты снижения водопотребления, производства отходов и сохранения земельных ресурсов соответственно; социального – Эк.о., Эр.с.п., Эм.с.т. – эффекты повышения качества оздоровления, реализации социальных программ, материального стимулирования труда сотрудников соответственно. Достоинством названного подхода можно назвать ориентированность на разноаспектную оценку синергетического эффекта в сфере туристско-рекреационных услуг региона. Вместе с тем эта методика, по нашему мнению, также обладает рядом существенных недостатков.

$$\text{Эф} = \frac{\text{Поступления от реализации туристских услуг в дестинации}}{\text{Затраты на создание туристских продуктов}}$$

Экономическая эффективность национального турпродукта может быть рассчитана на основе официальных данных и отчетностей крупных туроператоров, которые реализуют туруслуги как отечественным, так и иностранным туристам. На уровне дестинации экономическую эффективность можно подсчитать на основе 2-ой формы финансовой отчетности всех турфирм, функционирующих в дестинации. Затраты на создание турпродукта дестинации включают не только затраты самой организации, но и затраты сторонних организаций, которые заинтересованы в развитии национального туризма, как местное сообщество, местные органы власти, ведомства и научные общества. Эти затраты могут быть в форме инвестиций, субсидий, льготного кредитования, затраты на продвижение национального туризма, повышение имиджа страны на мировом рынке. Синергия проявляется в реализации системных программ развития туризма в регионе, стране. Примером может служить создание крупномасштабного туристского

^{††} Гармидер, А. А. Подход к оценке синергетического эффекта от кластеризации туристической сферы региона / А. А. Гармидер // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 14. – С. 54–56.

кластера «Шелковый путь» в Самарканде. Создание кластера требует как инвестиций самой организации, так и издержки региональных органов управления, совместных проектов в форме государственно-частного партнерства в реконструкции крупных туристских объектов, международного аэропорта в Самарканде. К примеру, В

«Адресной программе по запуску крупных производственных объектов и мощностей в 2021 году», являющейся вторым приложением к постановлению президента «О мерах по реализации инвестиционной программы Республики Узбекистан на 2021-2023 годы» указано, что на реконструкцию международного аэропорта Самарканда из государственного бюджета будет израсходовано 62 млн долларов США.

После реконструкции ожидается прямая передача модернизации и права управления Самаркандского международного аэропорта, на который затрачено столько бюджетных денег, и аэродромного комплекса (кроме аэронавигации) ООО Air Marakanda на основе государственно-частного партнёрства на срок 20 лет. Компания Air Marakanda вложит 80 млн долларов в развитие инфраструктуры Самаркандского международного аэропорта, а также, планируется превратить его в крупный центр транспорта и туризма в сотрудничестве со специалистами международного аэропорта Мюнхена (Германия), международного аэропорта Стамбула (Турция).

Синергетическая эффективность определяется после реализации крупных интеграционных проектов, причем интеграции может быть как вертикальной, так и горизонтальной. По сути любой процесс интеграции требует капиталовложений, которые в перспективе обусловят как экономическую, социальную, экологическую синергетическую эффективность. Экономическая эффективность проявится в росте прибыльности компании, ликвидности, конкурентоспособности, налоговых поступлений по сравнению с этим же показателем до реализации интегрирующих мер. Социальная эффективность проявится в создании дополнительных рабочих мест в регионе, новых профессий, разработке программ переориентации навыков, диверсификации социальных пакетов компании. Занятость населения в регионе позволит и активизировать внутренний туризм, поскольку низкая покупательная способность отечественного туриста по сравнению с иностранными туристами до сих пор обусловила приоритетность и доходность международного туризма. Однако в постковидный период многие отечественные туроператоры вынуждены были переключить свои ресурсы на внутренний рынок, который позволил многим туроператорам сохранить свои позиции на рынке, раскрыл резервы внутреннего туризма. Создание туристского кластера, имеющий мощный экономический, социальный эффект в постковидный период должно учитывать потенциал внутреннего резерва, который еще не полной мере используется как в регионе, так и в республике. Повышение уровня благосостояния населения республики, повышение удельного веса вторичных потребностей, потребностей в реабилитации здоровья после перенесенных вирусных заболеваний обусловит создание программ развития туристских кластеров, работающих как на внутреннем так и на международном рынках одновременно.

$$I_{\text{эк}} = \frac{\text{ЭЭ}\phi_1}{\text{ЭЭ}\phi_0}$$

$I_{\text{эк}}$ - интегральный коэффициент, характеризующие синергетические эффекты в экономической сфере

$Ээф_1$ - Экономическая эффективность национального турпродукта после реализации синергетических мер;

$Ээф_0$ - Экономическая эффективность национального турпродукта после реализации синергетических мер

$$Ээф = \frac{Др}{Зор+Зст}^{29}, \text{ где}$$

$Др$ – Доход от реализации турпродуктов;

$Зор$ – затраты на создание турпродуктов организации; $Зст$ – затраты на услуги сторонних организаций.

$$Сэф = \frac{P+CF}{CB-Z}^{30}, \text{ где}$$

P и CF - резервы и социальные фонды турорганизаций;

CB – сумма выручки

затраты на создание турпродуктов

$$I_{соц} = \frac{Сэф_1}{Сэф_0}$$

Социальную эффективность национального турпродукта предлагаем определять суммой создаваемых социальных фондов от реализации туристских продуктов, то есть показывает какая часть дохода от реализации отдельного туристского продукта за минусом затрат организации идет на социальные мероприятия организации – обеспечение занятости, стимулирование и мотивацию труда, медицинское страхование, обязательное страхование персонала, материальную помощь персоналу,

²⁹ Усманова Д.К. «Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития» Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности

08.00.05- Экономика отраслей сферы обслуживания – С.:СамИСИ.2009. – 162 с.

³⁰ Усманова Д.К. «Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития» Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05- Экономика отраслей сферы обслуживания – С.:СамИСИ.2009. – 162 с.

последующее трудоустройство и оказание помощи малообеспеченным, решение других социальных проблем общества. Числитель данного показателя можно определить на основе данных бухгалтерского счета «Резервы предстоящих счетов и расходов». Конечно этот показатель не раскрывает полностью эффективность, а показывает лишь долю отчислений на социальные нужды. Эффективность предполагает целенаправленное использование этих средств и соответственно кумулятивный эффект от реализации синергетических мер. Первый этап реализации проекта

«Шелковый путь» предполагает создание около 1700 вакансий на различные профессии, включая обслуживающий персонал гостиничных комплексов до специалистов редких профессий, знающих библиотечное дело, ремесленное дело, биотехнологию, молекулярную кухню и т.п. На первоначальном этапе эти резервы созданы за счет капиталовложений, а не за счет прибыли, поэтому в показателе в случае реализации нового проекта надо соотносить не с суммой поступлений, а с суммой инвестиций, выделенных на него. Причем если реализации проекта осуществляется на основе ГЧП, то необходимо учесть и государственное участие в проекте, которое в большей части нацелен на социальную эффективность. Синергетические меры многих проектов в области туризма в основном реализуются на основе ГЧП, что уже обеспечивает их социальную направленность. Однако нужно отметить, синергия имеет социальную направленность создавая рабочие места на внутреннем рынке. Если рассмотреть структуру создаваемых рабочих мест, то как правило топ менеджмент компаний формируется за счет экспорта рабочей силы, что приводит к оттоку капитала из страны, и свидетельствует о недостаточной квалификации местных трудовых ресурсов. В этой связи актуализируется вопрос подготовки топ менеджеров в местных вузах или организации программ переориентации и переподготовки менеджеров высшего уровня.

$$I_{\text{соц}} = \frac{C\phi_1}{C\phi_0}$$

$I_{\text{соц}}$ - интегральный коэффициент, характеризующие синергетические эффекты в экономической сфере

$C\phi_1$ - Социальная эффективность национального турпродукта после реализации синергетических мер;

$C\phi_0$ - Социальная эффективность национального турпродукта после реализации синергетических мер

Синергетический эффект - [Экономический]
Выход Кoeffициенты синергетики

Интегральный коэффициент, характеризующий синергетические эффекты в экономической сфере

Введите доход от реализации турпродуктов: 010 строка 2 формы финансовой отчетности

Введите затраты на создание турпродуктов организации: 060 строка 2 формы финансовой отчетности

Введите затраты на услуги сторонних организаций: 060 строка 2 формы финансовой отчетности

Экологическая эффективность национального турпродукта заключается в повышении экологизации национального туризма за счет создания уникальных экопродуктов, отчислений на трансформацию традиционной экономики региона в зеленую, ресурсосберегающие технологии. снижение туристской загрузки в регионе, где наблюдается ухудшение экологической обстановки. Учесть все эти аспекты является очень сложным ввиду отсутствия отдельного учета затрат на эти мероприятия.

Выводы. Как правило, туристские организации реализуя синергетические меры, преследует цель максимизировать прибыль, повысить конкурентоспособность, потом уже социальные выгоды, и в последнюю очередь об экологической эффективности. Вопрос обеспечения экологической эффективности является главным в тех регионах, где развит экотуризм, где высокий спрос туристов на уникальные природные ресурсы. Рассчитать этот индикатор на основе данных статистических и финансовых отчетов является невозможным. Необходимо проведение отдельного выборочного наблюдения с участием местных органов власти, регионального управления по экологии и охране окружающей среды.

Список использованной литературы:

1. Большой экономический словарь. – М.: Институт новой экономики, 1999, 906 с.
2. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007, 581с.
3. Абдокова Л.З. Синергетический эффект как результат эффективного управления // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-3. – С. 581-584; URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40899> (дата обращения: 05.01.2022).
4. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме. М.: Академия, 2008. 224 с.
5. Гармидер, А. А. Подход к оценке синергетического эффекта от кластеризации туристической сферы региона / А. А. Гармидер // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 14. – С. 54–56.
6. Dwyer L., Forsyth P., Rao P. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations // Tourism Management. 2000. Vol. 21. Iss. 1. P. 9–22

7. Морозов М.А., Бубнова Г.В., Щедловская М.В. Применение математических моделей для оценки конкурентоспособности туристской дестинации Наро-Фоминского муниципального района // Современная конкуренция. 2012. № 6. С. 131–141.
8. Портер М.Ю. Конкурентная стратегия: методы анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с.
9. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Wallingford, Oxon, GBR, CABI Publishing, 2005, 290 p.
10. Сафарова Н.Н. Анализ национальной конкурентоспособности туризма и путешествий: выводы для стран СНГ. Экономический анализ: теория и практика. 30(2015), 54-64
11. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point. Insight Report. Committed to improving the state of the world.
12. Dupeyras, A. and N. MacCallum (2013), “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing.
13. Regional Agrotourism Competence Assessment: Theoretical Approaches. Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems, Vol. 12, 07-
14. Special Issue, 2020. DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP7/20202316 ISSN 1943- 023X 2000. Received: 20 May 2020/Accepted: 18 June 2020